

# Perancangan *Showroom* dan Kafe “Chocolate Monggo” beserta Tempat Produksinya

Stefanny Muliawan, Lintu Tulistyantoro, dan Poppy F. Nilasari  
 Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra  
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya  
*E-mail:* stefannymuliawan@gmail.com ; lintut@petra.ac.id

**Abstrak**— Cokelat adalah salah satu jenis oleh-oleh yang sering dipilih wisatawan pada saat mereka bepergian. Indonesia sebagai negara penghasil cokelat ketiga terbesar di dunia. “Chocolate Monggo” ialah produk cokelat asli Indonesia yang patut dibanggakan dengan penggunaan bahan 100% kakao Indonesia. Selain pemanfaatan kakao Indonesia, “Chocolate Monggo” juga mengutamakan sumber daya manusia dari orang-orang lokal Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa “Chocolate Monggo” patut dikembangkan lebih lagi. Metode yang digunakan adalah metode *problem solving*. Hasil perancangan berupa desain *showroom*, kafe, serta tempat produksi. *Showroom* sebagai tempat untuk menjual produk cokelat dalam kemasan dan souvenir-souvenir. Kafe sebagai area makan di tempat, pengunjung dapat menikmati hidangan kecil dengan suasana yang santai. Tempat produksi sebagai wadah membuat produk-produk yang akan dijual nantinya di *showroom*. Tempat produksi ini dapat dilihat oleh pengunjung sehingga tempat ini memiliki nilai tambah edukasi di samping sebagai sarana rekreasi. Konsep yang digunakan adalah *harmony* yang merupakan hasil dari penggabungan ide-ide yang berasal dari arti kata “Monggo” pada *brand*, tujuan *brand*, dan kota lahirnya *brand* ini.

**Kata Kunci**— interior, kafe, perancangan, *showroom*, tempat produksi

**Abstract**— Chocolate is one kind of souvenir, which is often picked by tourists when they are travelling. Indonesia is the world's third largest cocoa producer country. “Chocolate Monggo” is an authentic Indonesian chocolate products with the use of 100% Indonesian cocoa. Besides the use of Indonesian cocoa, “Chocolate Monggo” also employs Indonesian as their workers. This shows that “Chocolate Monggo” should be developed more. The method used for this design is problem solving method. The results of the design are showroom, café, and the production site. Showroom as a place to sell the chocolate products in packaging and souvenirs, café as a dining area for customers or visitors to enjoy small dish with a relaxed atmosphere, production site as a place to make the products. The production site can be seen by the customers or visitors, so it has the added value of education in addition to recreational facilities. The concept used is harmony which is the result of the merging of ideas derived from the meaning of the brand's name, “Monggo”, brand's vision, and the city where it was born.

**Keyword**— café, design, interior, showroom, factory

## I. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara penghasil coklat ke-3 terbesar di dunia. Selama ini kakao lebih sering diekspor dalam wujud biji kering kakao dibandingkan hasil olahannya. Sehingga nilai tambahnya sedikit. Kakao merupakan salah satu komoditas andalan yang peranannya cukup penting bagi perekonomian nasional. Dari segi kualitas, kakao Indonesia tidak kalah dengan kakao dunia dimana bila dilakukan fermentasi dengan baik dapat mencapai citarasa setara dengan kakao yang berasal dari Ghana dan kakao Indonesia mempunyai kelebihan yaitu tidak mudah meleleh.

Ketika kita bepergian ke negara-negara lain, kita pasti tidak lupa membeli oleh-oleh khas dari negara tersebut. Cokelat adalah salah satu jenis oleh-oleh yang sering dipilih wisatawan pada saat mereka bepergian. Berbagai macam *gift shop* selalu meletakkan beberapa produk coklat pada *display*, ada pula *gift shop* yang justru khusus untuk menjual berbagai macam coklat. Apalagi bila tempat itu memang terkenal dengan coklatnya, dapat dipastikan wisatawan tidak mungkin terluput untuk membelinya.

“Chocolate Monggo” ialah produk cokelat asli Indonesia yang patut dibanggakan dengan penggunaan bahan 100% kakao Indonesia. Dari awal berkembangnya di tahun 2005, hingga saat ini “Chocolate Monggo” telah diperluas dengan hampir 150 staf yang sekarang bekerja di kantor-kantor utama di Yogyakarta, Jakarta, Surabaya. Semua pengerjaan produknya *handmade* dengan sumber daya manusia yang terlatih dari Indonesia. “Chocolate Monggo” mendistribusikan produknya ke banyak kota di seluruh Jawa dan Bali dan berencana untuk memperluas pendistribusian ke pulau-pulau lain di seluruh Indonesia dalam waktu yang tidak terlalu lama.

Dari nama *brand*-nya “Monggo” sangat Indonesia. Penggunaan kata ini sangat umum digunakan pada budaya Jawa sehingga dengan bermula di Jogja mereka menyepakati kata “Monggo” karena sangat cocok bagi produk mereka. Monggo adalah bahasa Jawa yang berarti silahkan yang digunakan orang sepanjang waktu di Yogya bersama-sama dengan gerakan ibu jari. Dari situ lahirlah brand “Chocolate Monggo”.

Selain dari segi nama dan bahan, kemasan “Chocolate Monggo” juga mempertimbangkan sisi ramah lingkungan baik dalam penghematan air dan energi pada proses produksi yang

manual serta dalam kemasan produk seperti mengurangi penggunaan plastik, kertas bersertifikat FSC serta kertas aluminium yang mudah didaur ulang dan tidak berbahaya bagi bahan coklat apapun. Pada akhirnya “Chocolate Monggo” terus berupaya untuk meningkatkan produknya dan berharap untuk memperkenalkan coklat khas Indonesia ini ke luar negeri.

#### A. Rumusan Masalah

1. Bagaimana desain yang sesuai *brand image* “Chocolate Monggo” serta mendukung visi perusahaan?
2. Bagaimana fasilitas yang perlu ditambahkan pada karya desain untuk memberi nilai tambah edukasi seputar coklat asal Indonesia?

#### B. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini ialah membuat rancangan desain sebuah pusat coklat di Surabaya menggunakan *brand* “Chocolate Monggo”. Dalam sebuah pusat coklat ini terdapat *showroom* yang berfungsi sebagai tempat menjual produk-produk “Chocolate Monggo” dalam bentuk kemasan, kafe yang menjual produk coklat siap makan, beserta tempat produksi/*factory* sebagai tempat pembuatan produk coklat kemasan yang dilengkapi dengan *workshop* untuk anak-anak sebagai sarana hiburan sekaligus edukatif pada karya desain ini.

#### C. Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa:

Mengetahui karakteristik “Chocolate Monggo” serta mampu mewujudkan desain retail yang menjual sekaligus mengangkat nilai-nilai budaya lokal. Selain itu mahasiswa juga lebih mengerti bagaimana desain yang cocok untuk menjual produk coklat terutama dalam penyimpanan yang perlu mempertimbangkan media, kondisi suhu, kelembapan, dan lain sebagainya.

2. Bagi “Chocolate Monggo”:

Dengan adanya perancangan ini “Chocolate Monggo” dapat mempunyai *showroom* sekaligus pabrik di Surabaya yang termasuk salah satu kota besar di Indonesia. Hal ini menguntungkan karena dengan demikian nama “Chocolate Monggo” dapat lebih dikenal oleh masyarakat karena memiliki gerai sendiri. Selain itu, produk “Chocolate Monggo” yang tersebar di pasar-pasar swalayan di Surabaya bisa langsung disuplai melalui tempat produksinya ini, tidak perlu pengiriman dari Yogya. Dengan demikian dapat menghemat biaya pengiriman.

#### D. Target Perancangan

Target dalam perancangan ini ialah mahasiswa mampu membuat *retail* serta tempat produksi yang memperkenalkan “Chocolate Monggo” serta menambahkan beberapa inovasi di dalamnya. Beberapa inovasi yang diharapkan adalah gaya desain *retail* yang lebih *fun* tidak terlihat tua tetapi, tetap membawa unsur lokalitas Yogya. Kemudian adanya penambahan *ruang workshop* untuk anak-anak sehingga selain melihat proses pembuatan coklat anak-anak juga dapat mencoba mempraktekannya. Dengan beberapa inovasi tersebut

diharapkan karya desain ini dapat memberikan inspirasi bagi perancangan pusat coklat berikutnya.

## II. TAHAPAN PERANCANGAN

### a. Tahap Identifikasi Masalah

Penulis mengidentifikasi permasalahan yang terkait dengan judul perancangan, termasuk juga memahami tujuan, manfaat, dan target perancangan tersebut. Penetapan batasan-batasan dalam tugas, membuat rumusan masalah diperlukan agar perancangan ini lebih jelas tujuannya.

### b. Tahap Interpretasi

Tahap penggalan data terkait dengan tugas perancangan. Data informasi dapat berupa studi literatur dari buku-buku, jurnal, *website* terkait, data survei lapangan, data tipologi objek sejenis sebagai pembanding dan menambah pengetahuan akan kebutuhan objek perancangan. Selain itu diperlukan pencarian data lapangan sebagai *site* yang digunakan untuk perancangan nantinya.

### c. Tahap Penggalan Ide

Penulis mampu mendapat berbagai macam ide-ide yang segar setelah mendapatkan banyak pengetahuan serta inspirasi dari literatur, kondisi fisik lapangan, atau objek-objek sejenis. Pada tahap ini sudah mulai muncul konsep besar perancangan dari perkiraan aktivitas, kebutuhan ruang, penggolongan ruang, dan bisa diikuti dengan sketsa-sketsa untuk menuangkan berbagai ide. Setelah itu ide-ide dievaluasi.

### d. Tahap Eksperimen

Eksperimen adalah membawa ide-ide tadi menjadi lebih nyata, caranya dengan membuat prototipe. Prototipe berupa sketsa-sketsa alternatif dan membuat maket studi/olah ruang sehingga mahasiswa mampu merasakan dimensi ruang lebih nyata. Dari tahap eksperimen maka dapat ditemukan kelebihan dan kekurangan desain, evaluasi membawa pada pengembangan desain yang lebih baik.

### e. Tahap Transformasi

Transformasi adalah pengembangan desain dari waktu ke waktu, mengarah pada perbaikan-perbaikan yang diperlukan hingga mencapai hasil akhir yang terbaik kemudian diwujudkan kedalam bentuk gambar kerja, perspektif desain, dan maket final sehingga ide-ide tadi mampu divisualisasikan dan dimengerti oleh orang lain.

## III. KAJIAN PUSTAKA

Kehidupan manusia modern saat ini tidak terlepas dari berbagai macam jenis makanan yang salah satunya adalah coklat. Coklat dihasilkan dari biji buah kakao (*Theobroma cacao*) yang telah mengalami serangkaian proses pengolahan sehingga bentuk dan aromanya seperti yang terdapat di pasaran. Biji buah kakao (coklat) yang telah difermentasi dijadikan serbuk yang disebut coklat bubuk. Coklat dalam bentuk bubuk ini banyak dipakai sebagai bahan untuk membuat berbagai macam produk makanan dan minuman,

seperti susu, selai, roti, dan lain-lain.

Kakao merupakan salah satu komoditas andalan perkebunan yang peranannya cukup penting bagi perekonomian nasional, khususnya sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan dan devisa Negara. Dari segi kualitas, kakao Indonesia tidak kalah dengan kakao dunia, dimana bila dilakukan fermentasi dengan baik dapat mencapai cita rasa setara dengan kakao yang berasal dari Ghana dan kakao Indonesia mempunyai kelebihan yaitu tidak mudah meleleh sehingga cocok bila dipakai untuk *blending*. Sejalan dengan keunggulan tersebut, peluang pasar kakao Indonesia cukup terbuka baik ekspor maupun kebutuhan dalam negeri. Dengan kata lain, potensi untuk menggunakan industri kakao sebagai salah satu pendorong pertumbuhan dan distribusi pendapatan cukup terbuka [3].

Kotler dalam Foster mendefinisikan ritel sebagai kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis. Ritel adalah kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangga [2].

Menurut buku *Time Saver Standart for Building Types*, umumnya ada 3 jenis toko, yaitu:

- Open Space Shop/Toko* yang terbuka: Ciri-cirinya adalah tanpa pintu, pengunjung bebas masuk dari arah manapun, dan membuat pengunjung lebih tertarik untuk masuk ke dalam toko.
- Semiclose-nonmassive Space/Toko* yang tertutup sebagian: Ciri-cirinya adalah bagian depan toko tertutup kaca sebagian dan pintu toko merupakan bagian toko yang tidak tertutup oleh kaca (tidak ada pintu khusus).
- Close-nonmassive Space/Toko* yang tertutup kaca: Ciri-cirinya adalah bagian depan toko tertutup kaca keseluruhan pintu juga menggunakan bahan kaca, pengunjung yang berada di dalam toko menjadi merasa eksklusif dan memiliki *privacy*, dan pengunjung hanya bisa masuk dan keluar dari arah pintu [5].

Berman and Evans mengemukakan *Store atmosphere* (suasana toko) terdiri dari 4 elemen sebagai berikut:

#### 1. Exterior

Karakteristik *exterior* mempunyai pengaruh yang kuat pada toko tersebut, sehingga harus direncanakan sebaik mungkin. Kombinasi dari *exterior* ini dapat membuat bagian luar toko terlihat unik, menarik, menonjol dan mengundang orang untuk masuk ke dalam toko.

#### 2. General Interior

Elemen penataan general interior penting karena posisi inilah biasanya pengambilan keputusan untuk membeli diambil sehingga akan mempengaruhi jumlah penjualan. Penataan yang baik yaitu yang dapat menarik perhatian pengunjung dan membantu mereka agar mudah mengamati, memeriksa, da memilih barang-barang itu dan akhirnya melakukan pembelian. Ketika konsumen masuk ke dalam toko, ada banyak hal yang akan mempengaruhi persepsi mereka pada toko tersebut.

#### 3. Store Layout (Penataan Toko)

Store Layout adalah salah satu elemen paling penting yang ada dalam factor suasana toko, karena dengan melakukan Store Layout yang benar, seorang pengusaha ritel mendapatkan

perilaku konsumen yang diharapkan. Layout toko mengundang masuk atau menyebabkan pelanggan menjauhi toko tersebut ketika konsumen melihat bagian dalam toko melalui jendela atau pintu masuk. Penataan toko yang baik akan mampu mengundang konsumen untuk betah berkeliling lebih lama dan membelanjakan uangnya lebih banyak. Oleh karena itu, seorang pengusaha ritel harus dapat melakukan penataan toko dengan baik dan benar, supaya tujuan konsumen tercapai.

#### 4. Interior (Point of Purchase) Display

Setiap jenis *point of purchase display* menyediakan pelanggan informasi, menambah suasana toko dan melayani promosi. Tujuan utamanya adalah meningkatkan penjualan dan laba toko tersebut [1].

Menurut buku *Restaurant Planning and Design* sistem pelayanan pada sebuah kafe ada bermacam-macam:

- Self service*: Pengunjung melakukan pelayanan bagi dirinya sendiri, mereka datang mengambil makanan yang mereka inginkan, kemudian membayar ke kasir. Setelah itu mereka datang mengambil makanan dan minuman yang mereka inginkan, kemudian membayar ke kasir. Setelah itu mereka dapat duduk di tempat yang mereka inginkan.
- Waiter or Waitress to tables*: pengunjung datang dan duduk di tempat, dilayani oleh pramusaji. Cara ini berkesan lebih formal karena pramusaji melayani dari awal hingga akhir.
- Counter service*: terdapat area khusus untuk display makanan/minuman yang ada, biasanya untuk pelayanan cepat. Cara ini berkesan tidak formal.
- Automatic vending*: Sistem pelayanan ini menggunakan mesin otomatis. Pengunjung memasukkan koin lalu mesin mengeluarkan makanan yang dipesan [4].

Pada perencanaan dalam fasilitas produksi yang menjadi perhatian adalah harus mengkaji proses beserta fasilitas produksi yang dibutuhkan dan fasilitas mencakup mesin dan peralatan yang diperlukan untuk proses produksi, serta bangunan beserta ruang-ruang yang disediakan untuk keperluan tersebut. Faktor-faktor dalam merencanakan fasilitas yang sangat mempengaruhi kinerja industri atau pabrik, diantaranya adalah:

- Ketergantungan antara proses dan fasilitasnya.
- Kualitas dan spesifikasi produk yang diinginkan.
- Skala ekonomi
- Kapasitas atau cakupan kemampuan proses.
- Spesifikasi peralatan
- Fleksibilitas proses
- Perawatan dan penggantian peralatan [7].

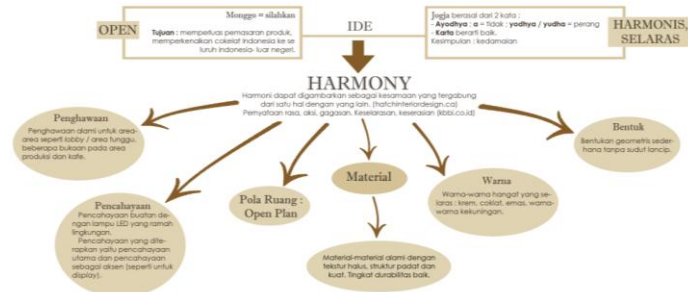
Usaha bidang hiburan adalah usaha yang menyangkut bidang pelayanan dan memberikan kesenangan kepada pelanggan. Fasilitas tempat hiburan didesain dengan maksud membawa tamu dari dunia yang penuh dengan rutinitas ke tempat dan waktu yang istimewa.

Pada tempat hiburan, biasanya penting untuk menciptakan pencahayaan yang dramatis dan menciptakan sinar yang meningkatkan efek ruangan. Salah satu tantangan desain pada tempat hiburan ialah menyediakan pencahayaan untuk area kerja yang cukup di samping memperoleh pencahayaan yang memiliki gaya, tema, dan drama yang diperlukan. Masalah klasik dari desain pencahayaan tempat hiburan adalah pencahayaan pada permukaan meja di restoran. Tamu harus

dapat membaca dan melihat makanannya, tapi suasana tidak terlalu terang [6].

#### IV. KONSEP DESAIN

Konsep perancangan *showroom* dan kafe “Chocolate Monggo” beserta tempat produksinya ini adalah sebagai pusat berbelanja coklat yang letaknya sekaligus dengan tempat produksinya. Tujuan *brand* ini yang ingin memperkenalkan coklat Indonesia kepada masyarakat. Kota asal mulanya yaitu di Jogja (Yogyakarta) yang berasal dari 2 kata yaitu ‘ayodhya’ dan ‘karta’ yang berarti kedamaian. Dengan Demikian konsep perancangan yang digunakan alah *Harmony*.



Gambar 1. Konsep Perancangan

##### A. Karakter, Gaya, dan Suasana Ruang

Dengan menggunakan konsep “*Harmony*” maka penerapannya dalam desain yaitu menghadirkan suasana ruang yang nyaman, damai bagi pengunjung. Sesuatu yang damai dapat dimunculkan dengan adanya kesederhanaan, maka dari itu bentukan yang digunakan adalah bentukan geometris yang sederhana tanpa sudut lancip. Suasana ruang yang hangat dapat menambah rasa nyaman pengunjung dimunculkan dengan penggunaan warna-warna hangat. Kondisi eksisting bangunan merupakan bangunan kuno yang memiliki gaya desain kolonial, agar membaaur dengan nuansa tradisional Indonesia maka gaya desain yang digunakan adalah tempo dulu.

##### B. Sistem Interior

###### 1. Sistem Pencahayaann

Pencahayaann alami kurang maksimal untuk dalam ruang karena dinding bangunan kurang bukaan seperti jendela yang besar. Dan arah hadap bangunan ke Tenggara sehingga intensitas cahaya matahari yang masuk kurang. Diperlukan pencahayaann buatan baik untuk pencahayaann utama maupun pencahayaann buatan sebagai aksesoris untuk benda-benda pajang dan *display*.

###### 2. Sistem Penghawaan

Penghawaan alami pada area yang terbuka seperti lobby, lorong, jalan di sekitar tempat produksi dan area kafe di teras belakang. Penghawaan buatan yang digunakan berupa *AC central* untuk area *showroom* dan kafe sedangkan untuk area-area yang tidak dimasuki pengunjung seperti gudang stok, tempat produksi, dan ruang staff menggunakan *AC split* sebagai pendingin ruang. Di samping pendingin ruang, untuk area kamar mandi diberikan *exhaust fan* untuk membantu

sirkulasi udara keluar. Area dapur juga diberi *exhaustfan* dan *cooker hood* di atas kompor.

###### 3. Sistem Keamanan

Sistem Keamanan dapat berupa pekerja keamanan, kamera CCTV, dan dengan penataan ruang yang tepat. *Showroom* didesain dengan menetapkan dimana akses masuk dan mana akses keluarnya. Setiap akses keluar pada *showroom* letaknya berdekatan dengan kasir untuk meminimalkan adanya kejahatan. Untuk area kafe, pengunjung dapat memesan sekaligus membayar di awal pada kasir. Setiap ruang kecuali toilet diberi kamera CCTV.

###### 4. Sistem Proteksi Kebakaran

Terdapat titik-titik *springkler* dan *smoke detector* pada seluruh ruangan kecuali lobby dan lorong/jalan di sekitar tempat produksi. Letak APAR jauh dari area dapur (perkiraan sumber api).

#### V. DESAIN AKHIR

##### A. Layout



Gambar 2. Layout

Tatanan *layout* pada desain akhir ini sama dengan pada pengembangan/transformasi desain. Penataan perabot dengan arah yang cenderung statis, searah. Hal ini menyesuaikan dengan konsep perancangan, *Harmony* yang orientasinya selaras.

Akses pengunjung masuk didekatkan dengan *showroom*, dan kafe. Untuk menuju ke tempat produksi maka pengunjung harus melalui *showroom*, kafe, atau keduanya terlebih dahulu hal ini juga untuk membantu meningkatkan pembelian produk yang dijual. Ruang staff, gudang bahan dan gudang stok letaknya di antara *showroom* dan gedung untuk tempat produksi. Hal ini mempermudah akses ke *showroom* atau kafe, dan tempat produksi sesuai dengan pola aktivitas staff.

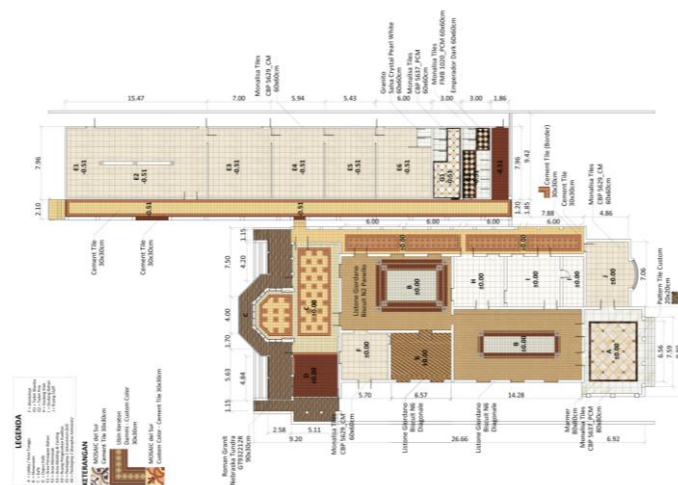
Pada *showroom* terdapat 2 kasir, pada *showroom* depan dan yang di dalam. Adanya 2 area kasir tersebut supaya apabila ada pengunjung yang hanya ingin berbelanja secara cepat bisa langsung membayar di *showroom* depan saja tidak perlu masuk sampai ke dalam. Namun, apabila pengunjung masih memiliki banyak waktu dan ingin melanjutkan ke area *showroom* berikutnya, pengunjung tidak perlu kembali ke depan lagi untuk membayar. Peletakan area kasir selalu

didekatkan dengan akses keluar agar tidak mengganggu alur sirkulasi saat belanja serta dengan pertimbangan sisi keamanan. Selain itu area *showroom* ketiga yang di samping dibedakan karena jenis barang yang dijual berbeda, disini adalah area untuk menjual *chocolate truffle* dimana membutuhkan pendingin. Secara harga dan kemasan juga berbeda, lebih eksklusif sehingga ruangan disendirikan. Untuk pembayaran tetap di kasir-kasir *showroom* yang tadi dengan menggunakan nota terlebih dahulu kemudian staff akan mengantar barang yang dipesan ke kasir. Di samping *showroom* ketiganya terdapat ruang *workshop* yang berfungsi sebagai tempat pengunjung praktek belajar cara membuat cokelat, jadwal menyesuaikan dari pihak “Chocolate Monggo”.

Setelah area *showroom*, *workshop*, terdapat kafe. Akses terbuka melalui *showroom*. Kafe dibuat dengan sistem layanan *waiter to table* saat pengantaran pesanan. Namun untuk transaksi dilakukan di awal sekaligus dengan *order*, maka dari itu bagian belakang kasir digunakan sebagai dapur kafe agar pembuatan pesanan dapat dilakukan secara cepat. Dapur tidak memerlukan *space* yang terlalu besar karena hanya hidangan-hidangan kecil, minuman, atau kue saja yang dijual.

Setelah melalui *showroom* atau kafe pengunjung masih dapat melanjutkan lagi ke tempat produksi. Akses dihubungkan melalui tangga di lorong samping. Di sini pengunjung dapat melihat proses produksi produk “Chocolate Monggo” secara nyata melalui jendela kaca pada setiap dinding depan ruangan. Pembagian ruang pada tempat produksi ini dibagi secara runtut sesuai dengan tahapan proses produksi. Karena kegunaannya untuk mengedukasi pengunjung tentang proses pembuatan cokelat jadi apabila tidak runtut dapat membuat pengunjung bingung. Terakhir di ujung lorong tersebut terdapat toilet umum.

### B. Rencana Lantai



Gambar 3. Rencana Lantai

Pemilihan warna untuk keseluruhan rencana lantai ini selaras dengan *tone* warna hangat seperti kuning, krem, dan coklat. Dimulai dari *lobby* dan area tunggu, lantai dibuat dengan pola diagonal di-frame di tengah. Pada pertemuan titik

diagonal tersebut diberi motif *custom* dengan material yang sama dan warna selaras. Material yang digunakan *granite tile* dengan permukaan *glossy*. Pemilihan material ini agar lebih mudah dalam *maintenance* dan terlihat lebih mewah karena area ini sebagai area penyambut pengunjung.

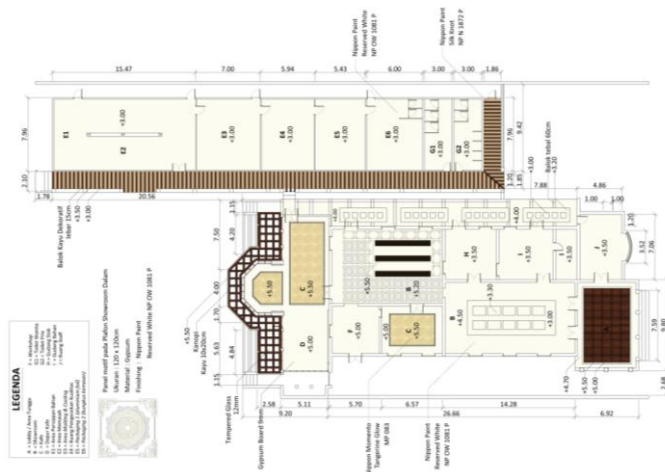
Area *showroom* pertama dan kedua menggunakan material yang sama, kombinasi dari lantai kayu dan tegel motif pada area *display*. Lantai parket diaplikasikan untuk memberi suasana hangat dalam ruang. *Tone* warna krem pucat-coklat muda-coklat tua. Pola tegel disesuaikan letak dan ukurannya dengan letak *display* produk. Sedangkan *showroom* ketiga dengan ukuran ruang yang tidak terlalu besar menggunakan satu jenis material saja yaitu dengan parket kayu. Motif dan warna parket berbeda dengan *showroom* pertama dan kedua. Perbedaan ini tidak masalah karena *tone* warna masih selaras dan sesuai dengan jenis barang yang dijualnya juga sedikit berbeda.

Berikutnya area kafe, termasuk dapur kafe dan lorong di samping *showroom* kedua menggunakan motif dan warna lantai yang sama. Namun, untuk kafe lantai polosnya menggunakan tegel tipe granito agar memberi kesan lebih mewah, sedangkan untuk lorong menggunakan tegel yang biasa. Dapur kafe diberi warna coklat tua untuk menunjukkan batas jelas antara area dapur dan area makan pada kafe. Untuk kafe di luar lantainya menggunakan *granite tile* dengan motif kayu untuk kesan yang lebih menyatu dengan alam karena letaknya *semi-outdoor*. Lorong tempat produksi menggunakan motif border dan warna tegel yang sama juga dengan lorong di samping *showroom*.

Lantai toilet menggunakan *granite tile* yang sama dengan area *lobby*. Toilet pria dengan motif diagonal yang lebih kontras sedangkan toilet wanita pola lantai tetap diagonal tetapi pemilihan warna tidak kontras. Area-area pelengkap dan penunjang lainnya seperti ruang staff, gudang bahan, gudang stok, *workshop*, dan tempat produksi tidak dibuat dekoratif. Gudang stok dan gudang bahan tidak terekspose sehingga hanya diberi *granite tile* putih polos saja. Sedangkan untuk area-area lain tersebut di atas menggunakan *granite tile* dengan warna krem motif garis-garis marmer. Tempat produksi dan *workshop* walaupun dilihat oleh pengunjung namun, dalam penggunaannya akan lebih nyaman apabila lantai polos saja tidak terlalu ramai motif. *Granite tile* merupakan pilihan yang tepat untuk area-area memasak karena daya serap air yang rendah sehingga mudah dalam perawatan.



### C. Rencana Plafon



Gambar 4. Rencana Plafon

Plafon didominasi dengan warna putih gading agar memaksimalkan terang cahaya dalam ruangan. Warna putih yang digunakan adalah Reserved White (NP OW 1081 P) keluaran Nippon Paint. Plafon pada *lobby* dan area tunggu diberi plafon gantung dengan bentukan menyerupai cokelat batangan. Plafon dibuat demikian karena sekali lagi ini adalah area penyambut pengunjung, plafon ini sebagai sambutan secara visual bahwa pengunjung sedang memasuki pusat cokelat “Chocolate Monggo”.

Pada *showroom* pertama plafon seluruhnya menggunakan warna *reserved white* dengan permainan plafon gantung tepat di atas *display* produk. Pada *showroom* kedua plafon diberi motif petak-petak ukir untuk memberi kesan yang lebih mewah dan mengingat tinggi plafon pada *showroom* kedua ini mencapai 5.2 meter dengan ruangan yang cukup luas makan akan terasa kosong apabila plafon hanya polos. Terdapat 3 strip hitam pada plafon *showroom* kedua itu adalah plafon yang lebih menjorok ke atas untuk tempat lampu penyorot *display*. Permainan bentuk plafon juga ke arah kotak-kotak untuk tetap menjaga komposisi

yang statis. Selanjutnya untuk *showroom* ketiga, plafon yang lebih menjorok ke atas diberi warna keemasan dengan *wallpaper paint* Momento keluaran Nippon Paint. Warna yang digunakan adalah Tangerine Glow (MP 083). Dengan warna keemasan ini ruang akan terkesan lebih mewah karena alasan jenis produk yang dijual memiliki harga lebih tinggi. Untuk plafon gantung pembingkai tetap menggunakan warna putih *reserved white*.

Kafe bagian dalam memiliki pola plafon yang disesuaikan dengan bentuk pola lantainya. Permainan plafon hanya dengan *leveling*, plafon yang lebih menjorok diberi warna keemasan Tangerine Glow untuk memberi kesan mewah dan membantu menghangatkan suasana ruang. Sedangkan area kafe *semi-outdoor* yang berada di teras diberi kanopi kayu dengan pola petak-petak seperti pada gambar di atas. Bagian yang lubang ditutup dengan kaca.

Lorong setelah kafe yang di sebelah *showroom* kedua diberi plafon gantung dengan ukuran dan letak disesuaikan dengan pola lantai lorong tersebut. Bentuk plafon gantung

hanya kotak-kotak, serupa dengan plafon gantung pada *showroom* pertama. Sedangkan lorong di depan tempat produksi diberi balok-balok kayu dekoratif (bukan balok struktur) sepanjang lorong. Balok-balok ini untuk memberi kesan yang lebih teduh sehingga pengunjung lebih terpusat pada tempat produksi yang lebih terang.

Tempat produksi karena fungsinya untuk kegiatan produksi maka plafon hanya polos saja, tidak ada dekoratif-dekoratif karena hal tersebut malah akan menjadi masalah dalam perawatannya. Area-area pelengkap dan penunjang seperti: ruang staff, gudang bahan, gudang stok, dapur kafe, *workshop*, dan toilet juga hanya menggunakan plafon polos dengan warna *reserved white* tadi.

### D. Rencana Mekanikal Elektrikal



Gambar 5. Rencana Mekanikal Elektrikal

Peletakan mekanikal elektrikal mengikuti *layout*, serta rencana plafon. Titik-titik saklar atau stop kontak diletakan sesuai *layout* ruangan. Pada gambar di atas tampak pencahayaan utama menggunakan lampu LED *downlight* untuk setiap area. Pencahayaan tambahan sebagai aksentuasi pada ruangan menggunakan *spotlight*, *hidden lamp* (LED *stripe*), atau lampu gantung.

Penghawaan dibantu dengan AC atau kipas angin sebagai pendingin, exhaust fan untuk membantu sirkulasi udara di dalam keluar dan *cooker hood* pada area dapur. Area *showroom* dan kafe menggunakan AC sebagai pendingin ruangan saja. Jenis AC yang digunakan adalah AC central sehingga terlihat rapi dalam ruang. Untuk area *workshop*, beberapa ruang di tempat produksi, dan ruang staff AC yang digunakan adalah AC *split* biasa karena penggunaannya tidak se-intense *showroom* dan kafe. Area memasak pada dapur produksi hanya diberi kipas angin sebagai pendingin karena kegiatan memasak disini lebih banyak dibanding dengan area *workshop*, dan apabila diberi AC sebagai pendingin makan ruangan akan berbau tidak sedap, perawatan pun lebih repot. Selain itu untuk membantu sirkulasi udara dalam ruang ditambahkan *exhaust fan* pada area-area produksi/dapur. Selain pada dapur, *exhaust fan* juga diletakkan di setiap bilik toilet untuk mengeluarkan bau tidak sedap. Di setiap atas kompor diberi *cooker hood* untuk langsung mengangkat udara yang tercampur lemak dari hasil memasak itu keluar ruangan.

Selain pencahayaan dan penghawaan, sisi akustik juga harus ditungjang. Selain sebagai pembentuk suasana dengan adanya musik di dalam ruangan, fasilitas akustik seperti *speaker* baik itu *wall* atau *ceiling mounted speaker* digunakan untuk menginformasi pengunjung untuk pengumuman-pengumuman tertentu atau bahkan pemberitahuan adanya bahaya yang terjadi. Maka dari itu, pada setiap ruangan perlu diperi *speaker*. Sekalipun gudang bahan atau stok yang tidak terlalu sering terjadi aktivitas di dalamnya, tidak menutup kemungkinan saat terjadi bahaya ada orang yang di dalamnya.

Sistem keamanan ruang dibantu dengan diberikan kamera CCTV untuk memonitor kondisi dalam ruangan. Sedangkan sistem proteksi kebakaran pada setiap diberi titik-titik springkler kecuali pada area *semi-outdoor* seperti *lobby* dan area tunggu, lorong-lorong, dan kafe di luar ruangan. Selain itu juga diberikan *smoke detector* sebagai pendeteksi adanya asap dalam ruangan.

### E. Potongan



Gambar 6. Potongan A-A'

Potongan A-A' memperlihatkan sisi kiri bangunan pertama dimana terdapat *lobby* dan area tunggu, *showroom*, *workshop*, dan kafe. Dari potongan ini dapat terlihat adanya perbedaan ketinggian antar ruang, area *lobby* tingginya mencapai 5.5 meter seperti *showroom* ketiga dan kafe. *Showroom* pertama memiliki ketinggian plafon lebih rendah daripada *lobby*, hanya 4.5 meter dan terdapat penurunan plafon di atas *display* agar fokus pengunjung terpusat pada barang *display*. Warna perabot cenderung menggunakan warna coklat gelap yang disesuaikan dengan warna pintu eksisting. Warna dinding *showroom* lebih gelap dibandingkan dinding kafe. Pada *showroom* pertama hingga ketiga menggunakan *wallpaper* dengan motif yang sama namun penempatannya berbeda. Letak *wallpaper* digunakan sebagai aksan dalam ruang sehingga dinding lain yang tidak diberi *wallpaper* diberi warna polos yang mendekati warna *wallpaper* tersebut.

Pada potongan di atas tampak dinding *workshop* dan dapur kafe ditutup dengan *granite tile* hal ini mempertimbangkan dengan fungsi ruang sebagai area memasak. *Granite tile* berpori kecil sehingga lebih tahan apabila ada cairan/air yang terkena di dinding, pembersihan dan perawatannya juga mudah.

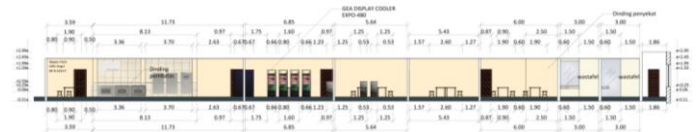


Gambar 7. Potongan B-B'

Potongan B-B' memperlihatkan sisi kiri bangunan pertama. Pada gambar di atas tampak dari kanan ke kiri: ruang staff, gudang bahan, gudang stok, *showroom* kedua, dan kafe.

*Showroom* kedua dan kafe plafon paling tingginya sama-sama mencapai 5.5 meter sedangkan ruang staff, gudang bahan dan gudang stok hanya setinggi 3.5 meter.

Pada gambar di atas tampak warna dinding *showroom* lebih gelap dibanding ruang yang lainnya. Seperti penjelasan di atas warna dinding tersebut mengikut dari warna *wallpaper* yang digunakan, tetapi selain itu juga memang dibedakan antara ruang *showroom* dan kafe. Jika dinding *showroom* tampak polos, dinding kafe dikelilingi dengan panel kayu sebagai dekoratif dinding. Pemilihan warna perabot juga tetap didominasi warna coklat gelap. Namun, untuk gudang-gudang perabot yang digunakan disesuaikan fungsinya, bentuknya sederhana dan cenderung menggunakan bahan metal.



Gambar 8. Potongan C-C'

Potongan C-C' adalah potongan sepanjang tempat produksi, toilet hingga ujung lorong. Dari kiri ke kanan pada potongan di atas adalah: area persiapan bahan, area memasak, area *molding and cooling*, area pengecekan kualitas, area *packaging* 1, area *packaging* 2, toilet wanita, toilet pria. Pintu di ujung kanan adalah pintu untuk akses masuk staff ke tempat produksi melalui jalan di belakang tempat produksi tersebut.

Tinggi ruangan hanya 3 meter, dan plafon diluar ruang 3.5 meter. Tidak ada dekorasi-dekorasi dinding pada seluruh area pada tempat produksi. Dinding area produksi berwarna sedikit lebih menyala daripada dinding toilet. Pemilihan warna ini agar membuat tempat produksi yang minim dekorasi tetap menarik untuk dilihat pengunjung. Apabila warna terlalu pucat ruang akan terlihat kosong, tetapi apabila terlalu gelap ruang tidak akan terasa lapang yang kemudian dapat mengganggu kenyamanan staff berproses di ruang. Dinding pada area memasak dilapisi *granite tile* agar lebih awet dan perawatannya mudah. Perabot-perabot pada area produksi dominan menggunakan material *stainless steel*.

Pada area toilet tampak terdapat cermin pada dinding penyekat toilet. Peletakan cermin pada toilet wanita tidak sepanjang tinggi dinding karena biasanya wanita membawa lebih banyak bawaan sehingga diberi ambalan untuk meletakkan barang bawaan. Sedangkan pria biasanya jarang membawa barang bawaan saat ke toilet sehingga cukup cermin saja tidak perlu ambalan.



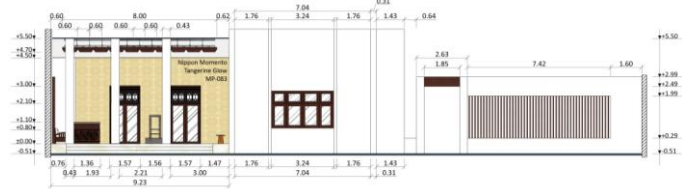
Gambar 9. Potongan D-D'

Potongan D-D' memperlihatkan potongan kafe dan tempat produksi. Pada potongan ini tampak bagaimana gedung utama terhubung dengan gedung tempat produksi ini melalui tangga yang menghubungkan antar lorong di samping ruang. Gedung

di mana terdapat kafe letaknya lebih tinggi disbanding gedung tempat produksi. Pada potongan ini dapat dibandingkan warna dinding tempat produksi sedikit lebih menyala disbanding dinding kafe.

Area kafe dominan dengan warna coklat gelap baik untuk perabot sekaligus elemen interiornya (pintu, kusen, panel dinding). Pada potongan ini juga dapat terlihat plafon kafe menggunakan permainan *leveling*. Tempat produksi yang terpotong pada gambar di atas adalah ruang pengecekan kualitas. Tidak ada dekorasi-dekorasi tertentu pada ruangan. Tinggi lorong di depan tempat produksi lebih tinggi dibandingkan bagian dalam tempat produksi, namun balok kayu yang ada menyamakan ketinggian antara lorong luar dan plafon dalam ruang tempat produksi.

#### F. Main Entrance



Gambar 10. Main Entrance

Dinding yang menghadap ke depan diberi warna keemasan Tangerine Glow untuk memberi kesan mewah, terang, dan hangat. Pintu di sebelah kiri adalah pintu masuk dimana letaknya berdekatan dengan *front desk*, dan pintu di sebelah kanan adalah pintu keluar. Pintu masuk yang digunakan pada *main entrance* sama bentuknya dengan pintu-pintu di dalam namun daun pintu yang tadinya *full* menggunakan kayu dikombinasi dengan kaca sehingga lebih mengundang pengunjung untuk masuk. Di antara kedua pintu tersebut diberi air mancur sebagai pendingin suasana dan memberi kesan lebih rileks. Tampak pada gambar di atas plafon gantung menyerupai *chocolate bar* seperti telah dijelaskan pada pin rencana plafon sebelumnya.

#### G. Perspektif



Gambar 11. Showroom 1

Pada perspektif ini tampak adanya permainan plafon gantung yang disesuaikan dengan letak *display*. Pada gambar terlihat standing display yang telah dijelaskan pada subbab

perabot sebelumnya. Tegel motif pada lantai untuk membingkai area *display* dan sisanya menggunakan lantai parket yang disusun *zig-zag*. Pada dinding belakang ruang diberi *wallpaper* sebagai aksen pada ruang dan di depan dinding tersebut diberi beberapa pajangan. Kemudian dinding pada sisi lain ruangan diberi warna krem kecoklatan (Nippon Paint - Sanded Birch NP N 1818 P). Pada samping kanan ruangan terdapat meja kasir dan sisi kiri ruangan terdapat meja *customer service*. Warna perabot dominan coklat gelap. Beberapa hiasan diberikan untuk dekorasi ruangan.



Gambar 12. Showroom 2

Terlihat jelas untuk material dan warna lantai, dinding, serta plafon sama seperti *showroom* pertama. Bentuk meja dan rak *display* pada *showroom* 2 berbeda dengan *showroom* 1. Kalau *showroom* 1 kotak disini menggunakan bentuk lingkaran. Perbedaan bentuk *display* ini agar pengunjung lebih tertarik juga, tidak bosan sehingga akan melihat-lihat lebih lagi. Lampu gantung diberi di atas meja kasir dan dinding di belakang meja kasir diberi *wallpaper* sebagai aksen pada ruang ini. Pada gambar juga dapat dilihat plafon dengan motif ukir seperti yang telah dijelaskan pada *subbab* rencana plafon di atas. Dengan warna yang sama maka tidak terkesan berlebihan, tetapi juga tidak terlalu polos.



Gambar 13. Workshop

Gambar di atas adalah perspektif *showroom* kedua. Terlihat jelas untuk material dan warna lantai, dinding, serta plafon sama seperti *showroom* pertama. Bentuk meja dan rak *display* pada *showroom* 2 berbeda dengan *showroom* 1. Kalau *showroom* 1 kotak disini menggunakan bentuk lingkaran. Perbedaan bentuk *display* ini agar pengunjung lebih tertarik juga, tidak bosan sehingga akan melihat-lihat lebih lagi. Lampu gantung diberi di atas meja kasir dan



dinding di belakang meja kasir diberi *wallpaper* sebagai aksan pada ruang ini. Pada gambar juga dapat dilihat plafon dengan motif ukir seperti yang telah dijelaskan pada *subbab* rencana plafon di atas. Dengan warna yang sama maka tidak terkesan berlebihan, tetapi juga tidak terlalu polos.



Gambar 14. Area Makan Kafe 1



Gambar 15. Area Makan Kafe 2

Pada kedua perspektif kafe di atas dapat terasa suasana kafe yang hangat dan rumahan. Tegel motif diletakkan sesuai tatanan meja dan kursi. Seperti yang dijelaskan sebelumnya pada subbab rencana pladon, terlihat plafon yang lebih tinggi diberi warna kekemasan dan diberi *hidden lamp* sehingga ruang terkesan lebih mewah. Namun untuk suasana yang lebih rumahan, lampu gantung sebagai aksan di atas setiap meja menggunakan sangkar burung sebagai kapnya.

“Chocolate Monggo” merupakan *brand* asal Jogja, dengan pemilihan sangkar burung sebagai pengganti kap lampu gantung dan penggunaan tegel-tegel motif diharapkan pengunjung akan tetap merasakan sedikit suasana Jogja. Model perabot yang dipilih adalah yang terlihat klasik tempo dulu.



Gambar 16. Kasir Dan Dapur Kafe

Gambar di atas adalah perspektif kasir kafe. Tampak di balik *showcase* terdapat *pantry* berbentuk L di sudut ruang sebagai area dapur kafe. Pemilihan warna perabot disesuaikan ke arah coklat agar selaras 1 ruangan. Lantai area ini diberi warna coklat berbeda jelas dengan area makan kafe.



Gambar 17. Area Memasak

Pada perspektif di atas terlihat penghawaan pada area persiapan bahan dan area memasak ini menggunakan kipas angin untuk membantu sirkulasi dan sebagai pendingin dalam ruang. Area persiapan bahan dan area memasak tidak disekat dengan dinding karena kedua area ini berhubungan sangat erat dan akan lebih efisien apabila pengerjaannya dalam satu ruang.



Gambar 18. Area Molding &amp; Cooling



Gambar 19. Area *Packaging 2*

Pada area *molding and cooling* tidak disediakan kursi karena justru akan menghambat proses kerja para staff. Sedangkan pada area *packaging 2* diperlukan banyak kursi karena staff harus sambil duduk ketika mengerjakannya, jumlah staff untuk proses *packaging* akhir ini juga banyak.

## VI. KESIMPULAN

Cokelat adalah salah satu jenis oleh-oleh yang kerap kali dipilih oleh wisatawan. Indonesia adalah negara penghasil cokelat ketigast terbesar di dunia. Namun kenyataannya tingkat impor kakao masih sangat tinggi, sedangkan kakao Indonesia lebih banyak diekspor hanya dalam bentuk bahan mentah dan harga jualnya tidak tinggi. “Chocolate Monggo” merupakan *brand* dalam negeri yang menggeluti bidang usaha cokelat. *Brand* ini menggunakan bahan baku 100% cokelat Indonesia asli. Tujuan *brand* ini adalah ingin memperkenalkan cokelat Indonesia ke seluruh masyarakat Indonesia bahkan hingga ke luar negeri. Dengan semangat tersebut maka *brand* ini patut difasilitasi lebih lagi cokelat asli Indonesia memiliki nilai tambah lebih lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Berman & J. R. Evans, *Retail Management – Fifth Edition*. London: Macmillian Publishing Company (1992) 463
- [2] B. Foster. *Manajemen Ritel*. Swedia: Alfabeta 35
- [3] Departemen Perindustrian, *Gambaran Sekilas Industri Kakao*. Jakarta: Sekretariat Jenderal (2007) 1-3
- [4] J. B. Katz, *Restaurant Planning, Design, and Construction*. USA: John Wiley & Sons Inc. (1997) 140
- [5] J. De Chiara & J. H. Callender, *Time Saver Standards for Building Types*. USA: The McGraw-Hill Companies, Inc (1973) 576
- [6] J. Entwistle, *Designing with Light Bars and Restaurants*. Switzerland: Roto Vision SA (1999) 86
- [7] W. Ambarsari. *Peranan Industri Pengolahan Pangan pada Komoditas Padi*. Karanganyar: Fakultas Pertanian Universitas Wiralodra (2013) 3